

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لِنَا

٤٤- سوره مبارکه طه

تشریفات در روابط بین المللی و ارتباط مؤثر



علی محمد بیدارمغز: رئیس اسبق تشریفات - نمایندگی ج.ا. ایران در سازمان ملل

صحنه بین المللی، مدیر بین المللی می خواهد

- رعایت آداب در روابط بین الملل، شرط موفقیت است.
- با ارتقای سلطه خود بر آداب، توفیقات خود را افزایش دهیم.
- امروزه سرمایه گذاری بر روی اخلاق و فرهنگ ملل، جدی است.
- مدیریت داخلی: مدیریت بین کارمندان و رؤسا، فیما بین همکاران، و گروههای کاری (کار گروهی)، یک نیاز مبرم است.
- مدیریت خارجی: طرح موفقیت آمیز برنامه گسترش روابط خارجی با شناخت بهتر مسائل ملی سایر کشورها، عامل موفقیت است.

دنیا در کوچک شدن است، نه! دنیا کوچک شده است

مدیر بین المللی، حرفه ای عمل می کند

- با مهارت و استادانه سخن بگوییم.
- استادانه بنویسیم.
- در ملاقاتها، عناوین مخاطبان را رعایت نماییم.
- هنگام مذاکره و بیان مطالب، اطلاعات طبقه بندی شده را حفظ و حراست نماییم.
- صبور باشیم. در کارها ظرافت داشته باشیم.
- در شرایط سخت، خونسردی خود را حفظ کنیم.
- انعطاف: یعنی عمق مسائل را درک و نمایش بهترین عکس العمل،
- درک اختلافات: یعنی کسب بیشترین بهره از اختلافات.

برای مشکلات جدید، راه حل‌های مدرن ارائه نمایید

رعایت آداب در روابط بین المللی یک ضرورت است

- رعایت حرمت خویش، و قبول اختلاف با دیگران، یک اصل است.
- آداب دانی و حسن سلوک، بخش مهمی از زندگی روزمره ماست.
- نمایش احترام به دیگران، عامل حفظ روان ارتباط و تعامل است.
- عدم نمایش آداب، عامل بی احترامی است.
- عدم رعایت برخی از آداب، بر توفیق ما اثر سوء دارد، منجر به روابط تلخ/نتیجه ضعیف/شکست می شود.
- هدایا: زمینه تلطیف روابط و تألیف قلوب، احتراز از سوء تفاهم.
- آداب کارت معرف: نحوه ارائه، ملاحظه آن و طرح مطالب.
- رعایت محدوده شخصی، و خصوصی در میان بسیاری از ملل، جدی است.

مدیر بین المللی، زمینه های زیادی برای ابراز توانایی دارد

درک مؤلفه های روابط بین الملل اهمیت دارد

- زمان: عقربه های ساعت برای همه ملتها مفهوم یکسان ندارد،
- سلسله مراتب: در طرح مسائل، انتقاد، مخالفت، و تفسیر نظرات احتیاط نمایم.
- آداب تنظیم ملاقاتها را رعایت نمایم.
- هدف از ملاقات خود را مشخص نمایید: آشنایی یا اعتماد سازی، پاسخ / یا کسب اطلاع،
- رعایت رفتار استاندارد در ملاقات بین المللی: مراقب حرکات دست، نوع بیان، حجم صدا، و نحوه بستن دفتر و نحوه ترک جلسات باشیم.
- رفتار نرم و تعارفات معمول در جلسات،
- رعایت حرمت همکاران نزد دیگران،
- استفاده از امکانات دیجیتال در ملاقاتها- ارسال ئی- میل، درخواست مطلب مکتوب از متقاضیان،
- تأیید ملاقات بعدی در ملاقات جاری، جمع بندی مطالب را فراموش نکنید.

رعایت زمان، در روابط بین الملل، شرط است

اهمیت شناخت اخلاقیات و فرهنگها در روابط بین الملل

- برخی بلند سخن می گویند(آمریکا و آلمان)، بعضی آرام (هند و چین)، گروهی مستقیم (هلند و یونان) تعدادی غیر مستقیم (انگلیس و ژاپن)، بعضی صریح، برخی ادیبانه(خاورمیانه ای ها)، همه از رفتار فردی و داخلی خود راضی هستند، اما در صحنه بین المللی؟
- بدون آشنایی با آداب صحیح، عمل خلاف محتمل است.
- حفظ ارتباط صحیح با مردم، شرط موفقیت است.
- آن کس که آداب را رعایت نکند، زیان می کند.
- آداب ناسازگار ملی خود را به روابط بین المللی تعمیم ندهیم.
- با درک فرهنگ و زبان دیگران، مرودات قویتر، و طولانی تر می شود.

نمایش رفتار نرم بین المللی یک مهارت است

مزایای و آداب کارت معرف

- نیاز به کارت معرف به دلیل تردد مکرر به کشور های مختلف برای گسترش تجارت بین الملل یک ضرورت است.
- ترجمه کارت خود را به یک مترجم مسلط به زبان بسپارید.
- کارت خود را ساده طراحی کنید.
- عناوینی مانند قائم مقام مدیرکل طرح و برنامه را درست برگردانیم.
- نشانی و آدرس را ترجمه نکنیم.
- در برگردان تاریخ ها، ایام و سالها دقت کنیم.
- ظرایف تهیه کارت را بشناسیم.
- آداب کارت معرف در کشورهای مختلف را رعایت نمایم.

به کارت دیگران، چون خود دیگران احترام بگذارید

۷ ادب اساسی در مکالمه تلفنی

- مقدمات: بررسی موقعیت مخاطب، زمان مناسب، دلیل قانع کننده تماس تلفنی،
- معرفی کوتاه و مؤدبانه،
- استماع دقیق و عدم قطع کلام گوینده،
- درک دقیق مطالب منظور و پاسخ صحیح،
- ارائه اطلاعات لازم در حد نیاز،
- حفظ و حراست از اطلاعات هنگام مکالمه،
- جمع بندی ظریف مکالمه و بیان تعارفات پایانی.

مکالمه تلفنی یک سخنرانی است

تأثیر در اولین برخورد- ممکن است شانس دومی نباشد

- نشان دهید که دیگری مرکز توجه و احترام شماست، نه شما، کسی که زیاد از خود می گوید، مصداق "کسالت" است.
- مهارت‌های شنیداری خود را افزایش دهیم. با گفتن "چه جالب! دیگر چه کردید؟ عجب شانس‌ی!" با حرکات چشم و اجزای صورت هم این اشتیاق را نشان دهید.
- نام مخاطب را مرتب تکرار نمایید. البته به یاد داشته باشید که مکالماتی اینگونه شخصی هم می شود.
- در بیان مطایبات، حساسیت داشته باشید و محدوده ادب را رعایت نمایید.
- در گفتگو احتجاج نکنید که فقط شما راست می گوئید. تقابل و مشاجره، مانع ارتباط است. اول ارتباط، بعد روابط، بعد در صورت نیاز تقابل نمایید.
- به ظاهر خود توجه داشته باشید. کسی که با ظاهر نامرتب به دیدن شما می آید، نشان می دهد که به دیدار شما اهمیت نمی دهد.
- - به معانی لغات و نحوه بیان آنها توجه نمایید. مستمعین؛ با شنیدن کلمات و نحوه بیان ما، معلومات، سلیقه، هوش، خلاقیت و ظرفیت فرهنگی ما را برآورد می کنند.
- به نحوه بیان خود هم توجه نمایید و با حرکات دست و صورت خود، روح کلمات را همراهی کنید.

برای تصویر سازی در ذهن دیگران، بین ۷ تا ۱۷ ثانیه وقت داریم

آداب مهمانی های تجاری

- مهمانی های تجاری، در واقع جلسات تجاری است. توفیق شما به قدرت مذاکره شما بستگی دارد.
- آداب میزبانی را رعایت نمایید.
- از قبل برنامه ریزی نمایید. (حد اقل، یک هفته قبل برای شام، سه روز برای ناهار)
- در رستورانی آشنا جا رزرو کنید.
- جای مناسب و دنج برای گفتگو انتخاب کنید. به مدیر رستوران خبر دهید.
- روز قبل مهمانی را یادآور شوید.
- قبل از ورود مهمان در رستوران حاضر باشید.
- جای مهمان و خودتان را تعیین کنید.
- اجازه دهید مهمانان اول غذا سفارش دهد.
- اما شما اختیار دارید بحث اصلی را آغاز کنید. وقت مناسب را دریابید. نه زیاد زود نه خیلی دیر.
- مواظب گذر زمان باشید.
- برای اتفاقات ناگوار آماده باشید و خونسردی خود را حفظ کنید.

مهمانی های تجاری قدمت چند صد ساله دارد

مذاکرات با ملل دارای فرهنگهای مختلف

- با سلطه بر ابزارهای فرهنگی، در مذاکرات بین‌المعرفی موفق‌تر شوید،
- فرهنگ عمومی کشورها با هم تفاوت‌های اساسی دارد،
- تفاوت نگاه در چشم‌هنگام دست‌دادن در آمریکا، انگلیس - و اروپا با ژاپن
- تفاوت رعایت فاصله در غرب و ژاپن با کشورهای عرب و آسیایی،
- تفسیر و تلقی از زمان در فرهنگ غربی و شرقی،
- دست‌دادن و دست‌ندادن، و نحوه خطاب افراد،
- تفاوت فرهنگ هدیه در چین و ژاپن با غرب،
- تفاوت طبیعت تجارت و روابط شخصی در غرب و شرق،
- انتظار از اطلاعات در شمال و جنوب،
- تفاوت مذاکرات در کشورهای مختلف: در چین مدیران مجرب امتیاز گیر، در ژاپن گروهی، در آلمان طولانی، در انگلیس، فشار زمان، در یونان بر عکس.

با درک تفاوت‌های فرهنگی، رفتار خود را برای کسب موفقیت تنظیم نمایید

توانایی های مدیر بین الملل از دیدی دیگر

- احترام: نمایش احترام در همه حال و همه کس و نسبت به همه چیز، به افراد در سنین مختلف، در کلام، با نگاه، با ژست ها و اداهای محترمانه، احترام به حریم افراد.
- قدرت تحمل در شرایط مبهم: نمایش واکنش مثبت در جای جدید، متفاوت، در همه زمانها، و در شرایط غیرقابل انتظار.
- رعایت شأن انسانها: رعایت شئون انسانهای زیردست، همکار و مشاور- مدیر نباید بدون توجه به انسانها، نتیجه گرا باشد.
- در قضاوت عجله نکند: قبل از جمع آوری کلیه مدارک، و با در نظر داشتن تفاوت های فرهنگی، و بررسی دقیق آنها، از قضاوت خودداری کند.
- قضاوت متمایز شخصی: مدیر باید با ملاحظه خاص خود از دنیای خویش و ماورای آن، دید خود را تقویت نماید.
- انتقال روحی: مدیر باید بتواند خود را جای دیگران بگذارد و از دید آنها قضایا را مرور کند.
- صبوری: مدیر باید در بررسی مسائل مرتبط به سایر فرهنگها از خود صبوری نشان دهد.
- سایر ویژگیها: مدیر باید صاحب شأن، حرفه ای، شیک، آداب دادن و خوش گفتار باشد.

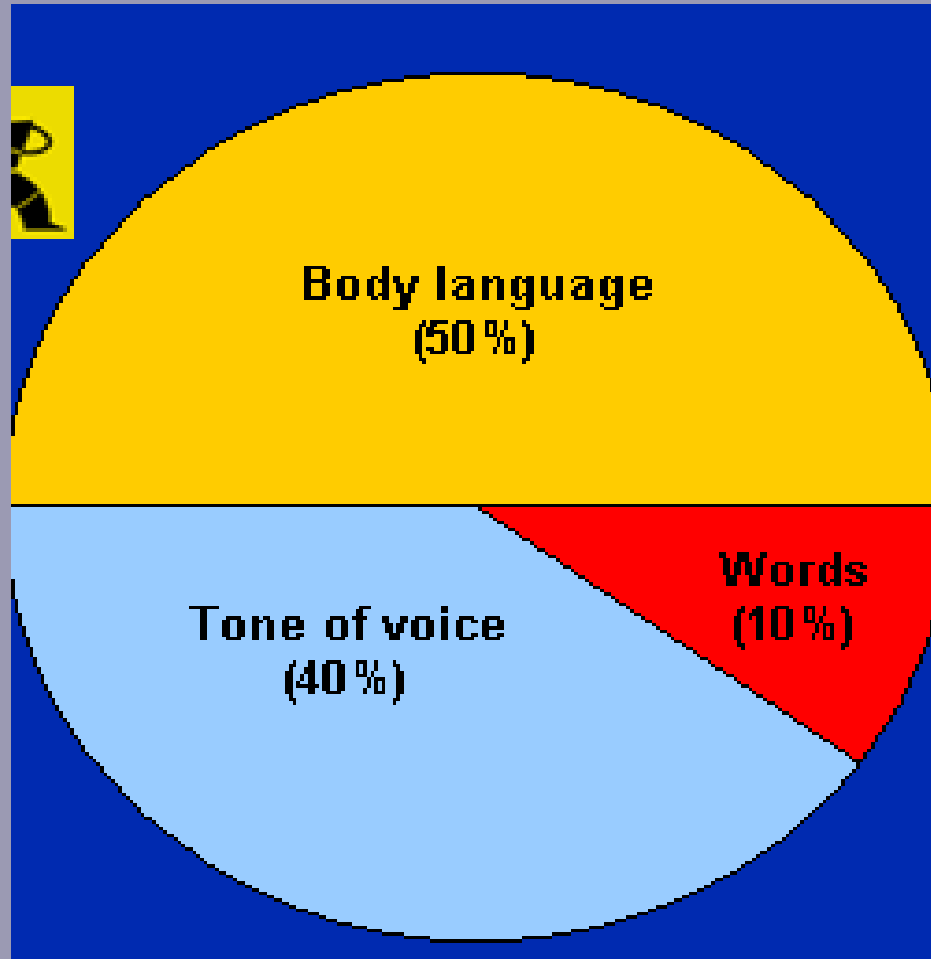
موفق باشید

چند اشتباه رایج در برخورد های اجتماعی

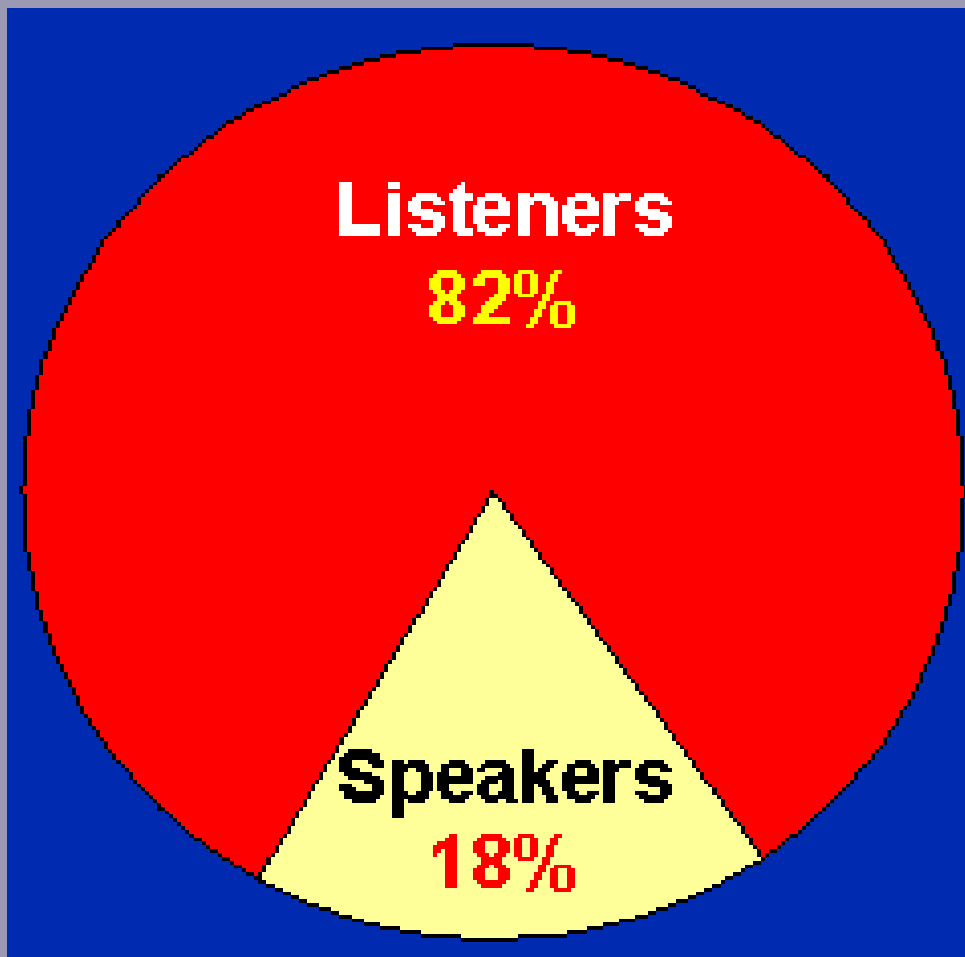
- فقدان اعتماد به نفس و رد ژست های دوستانه دیگران،
- نمایش فیزیک بدنی غیردوستانه و ژست های نامطلوب،
- عدم تقدم در سلام و یا ژست سکوت هنگام صحبت دیگران،
- طرح سئوالات کوتاه و پی در پی شبیه بازخواست و کنکاش در زندگی خصوصی دیگران،
- ارائه پاسخ های کوتاه به سئوالات دیگران گویی جز بله و خیر نمی داند،
- عدم تعامل در گفتگو با دیگران و عدم مشارکت در تداوم بحث،
- نا متعادل بودن در پاسخ دادن: گاه کوتاه، گاه سکوت و گاه بلند،
- شروع صحبت با دیگران بدون معرفی کردن خویش،
- نکته سنجی کردن در مسائل شبیه کارشناسان،
- انتقاد از هر مطلبی که دیگران مطرح می کنند،
- بلند صحبت کردن به منظور جلب توجه.

نکاتی چند در باب نام مردم

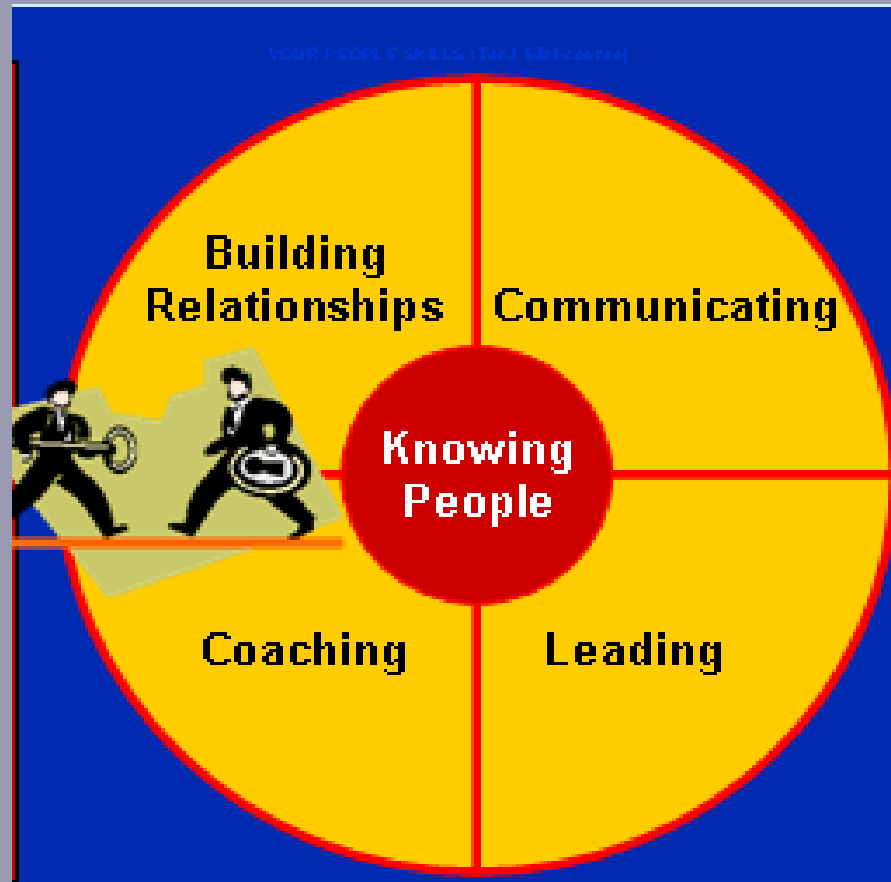
- اسامی اطراف ملاقات را پس از استماع یکی دو بار تکرار کنید.
- پس از دریافت کارت، نام آنان را دقیقاً رؤیت نمایید.
- جهت تداعی اسامی، آنها را با صفاتی بیامیزید.
- نحوه تلفظ اسامی را سؤال و آنها را به خوبی تقلید کنید.
- در صورت امکان اسامی را بنویسید.
- هنگام مکالمه اسامی را مرتباً تکرار کنید.



كلام فقط ١٠%



۸۲٪ مردم دوست دارند با کسی که با دقت گوش می کند حرف بزنند



با تقویت هنر ارتباطی خویش؛ با دیگران ارتباط برقرار و آنان را رهبری نمایید

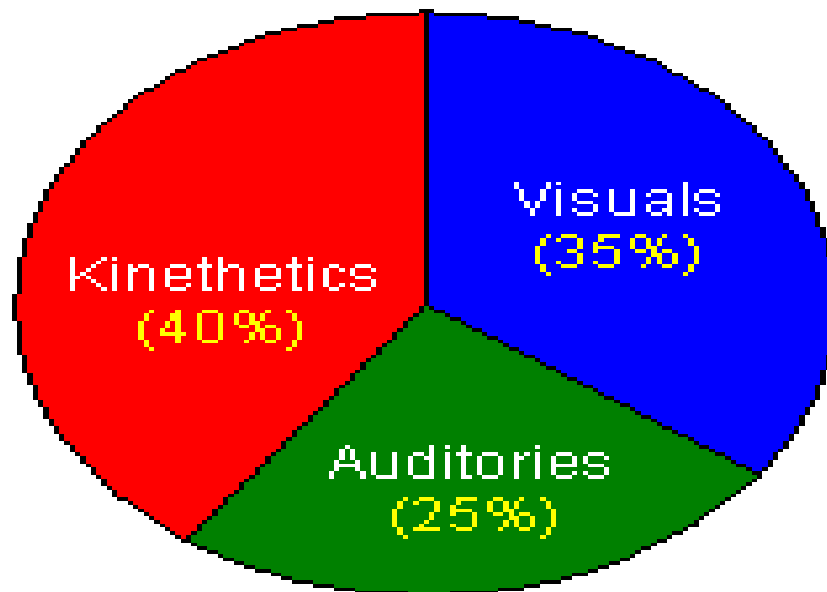


باور کردن دیدن است! ما اشیا را آنگونه که خود هستیم می بینیم، نه آنگونه که هستند



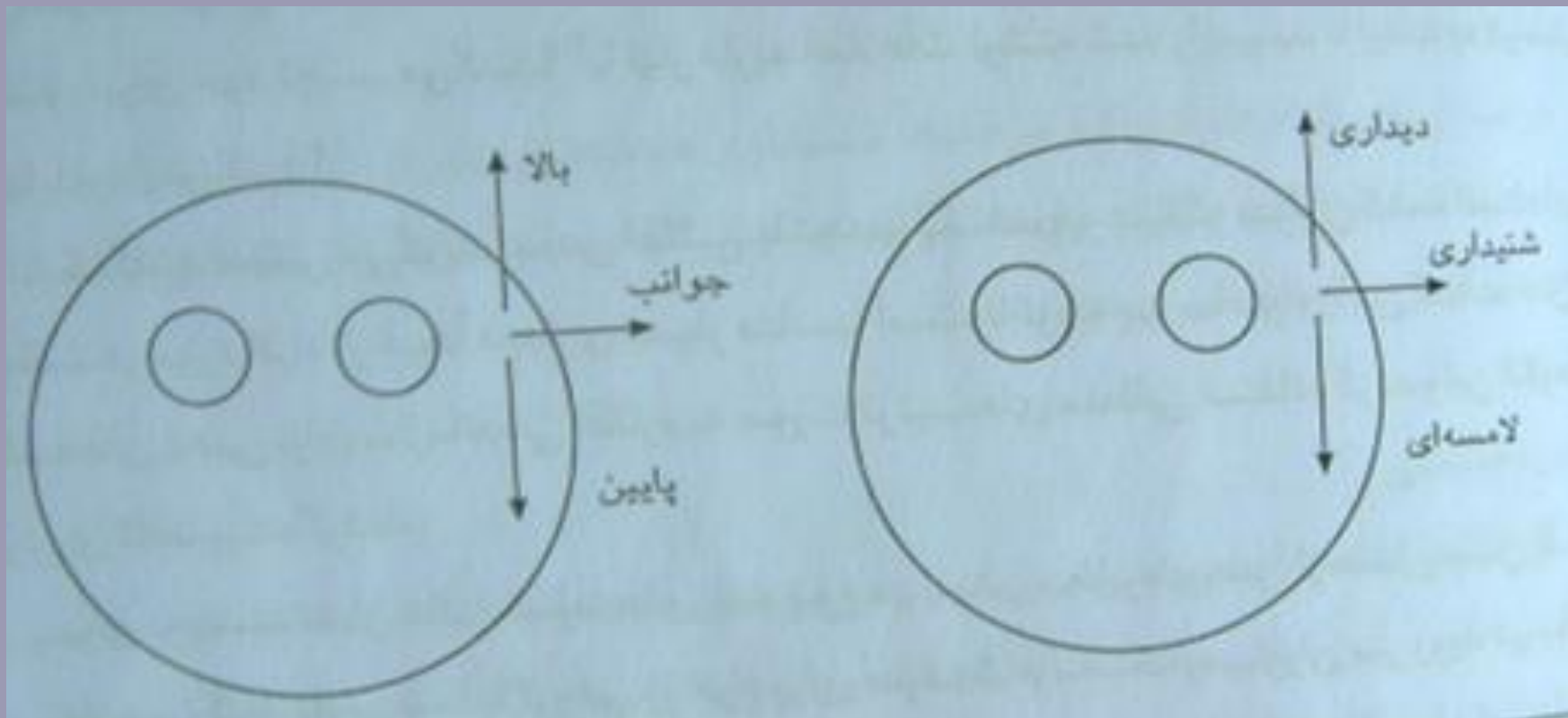
شما به مسائل چگونه فکر می کنید؟

Three Groups of People and their Share in the Population



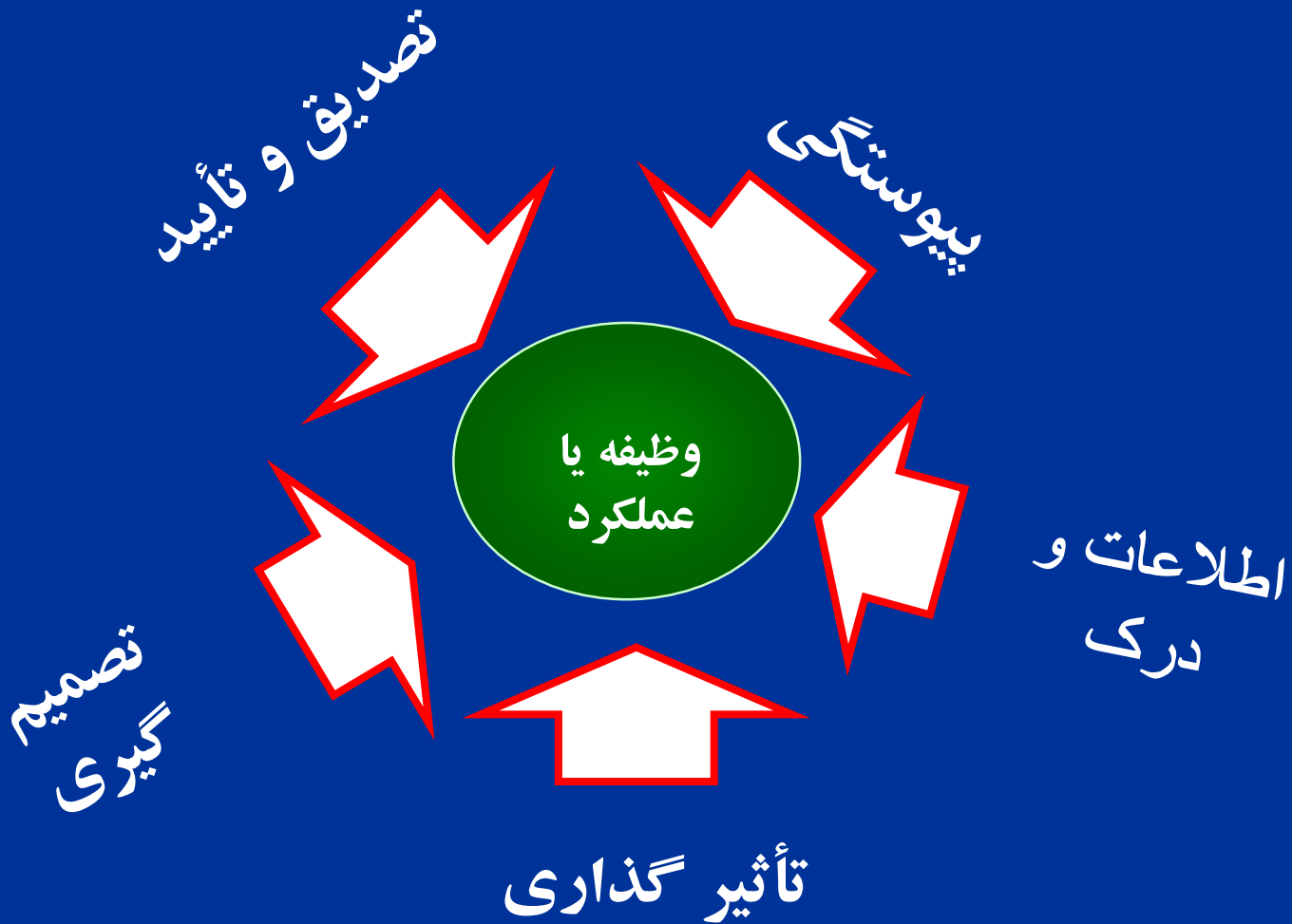
These are preferred modes of
thinking, not exclusive ones

شما از کدام گروه هستید؟



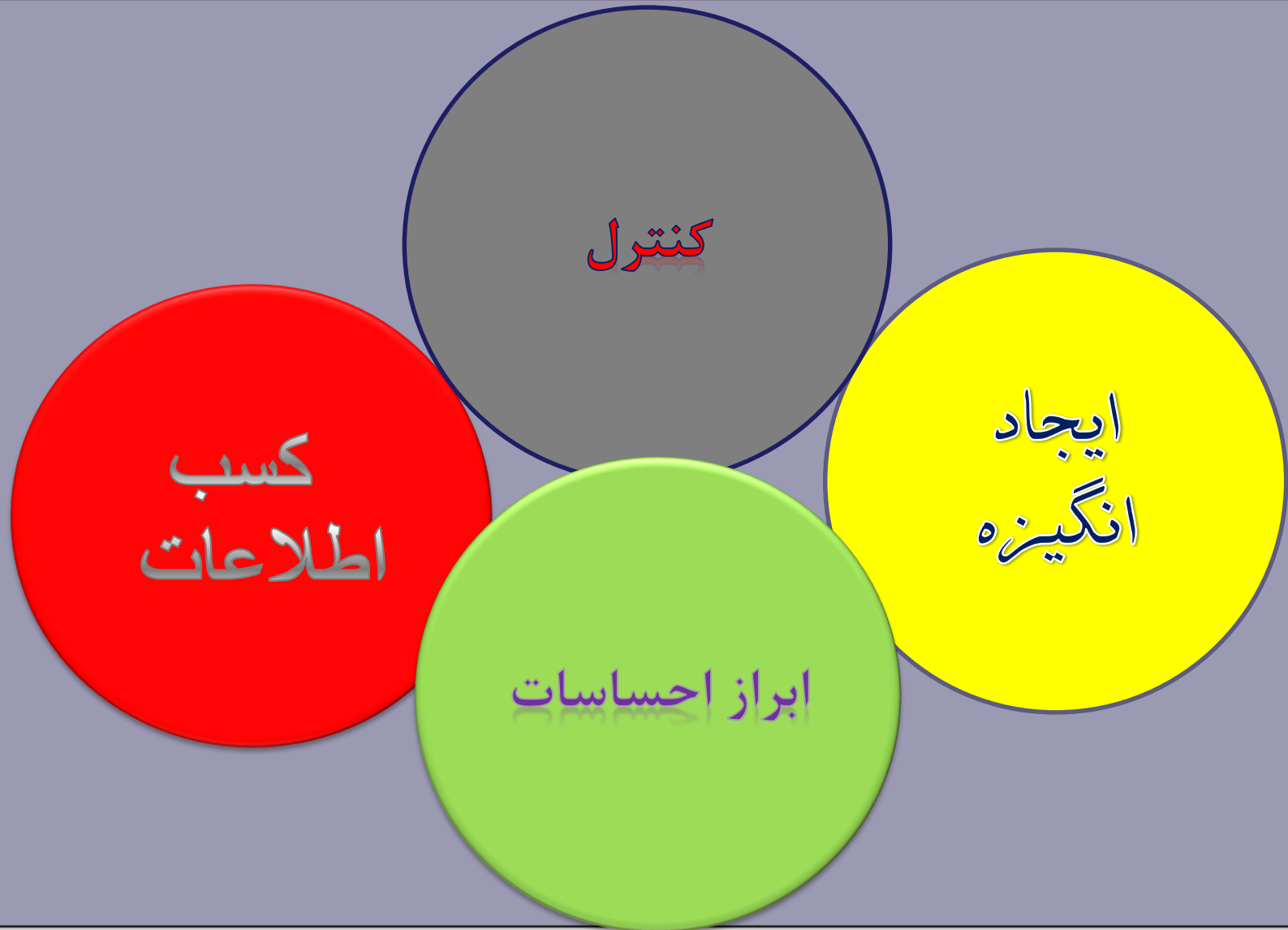
مخاطب شما به کدام گروه تعلق دارد؟

وظیفه اصلی ارتباطات: دگرگونی و سازش با دگرگونی است



اگر ارتباط به نتیجه برسد و هماهنگی نماید، به وظیفه خود عمل کرده است

چهار هدف اصلی از ارتباط در سازمان



فرضیه های ارتباطات

- شناخت پرهیز- پرهیز از شنیدن نظرات مخالف نظرات آنها و تلاش برای تغییر نظراتشان با عقایدشان
- تطبیق ارتباطی: تطبیق یا تنظیم روش سخن گفتن یکی با دیگری، واگرایی در میان اقوام نژادی با غرور شدید، و همگرایی در زمان نیاز به تأیید از سوی افراد ضعیف
- مدیریت مفاهیم: درک معانی مرتبط در داستانها و هماهنگی با مفاهیم آنها، ارتباط میان فرد و جامعه او در درک پیام هزاران مفهوم در طول روز،
- تحلیل ترویجی: نقش رسانه ها (تلویزیون) در درک مردم از اوضاع دنیای اطراف آنها، با نقش تنظیم شده، دنیا ترسناک تر از آن است که هست.
- رویکرد فرهنگی به سازمان: مردم تربیت سازمان و مظاهر خاص آن را فرامی گیرند.
- مطالعات فرهنگی: رسانه های یک اجتماع، معرف عقاید طبقه حاکم آن اجتماع است.

فرضیه های ارتباطات - ادامه

- نمایش زندگی: زندگی، مانند نمایش به صحنه، بازیگر، نمایش، و نمایشنامه نیاز دارد. به علاوه همه دوست دارند که از گناه پاک شوند. سخنران وقتی موفق است که این حس را در مخاطبان ایجاد کند.
- مصلحت تعارض: با ساختار ارتباط غیر کلامی مرتبط است. وقتی که نرم های ارتباطی مورد تعرض قرار می گیرد، مفهوم موافق یا مخالف ایجاد می کند. عمدا یا سهوا.
- مذاکره برای حفظ آبرو: به موضوع حفظ حیثیت و آبرو در مذاکرات توجه دارد، در فرهنگهای مختلف. اعتبار من و اعتبار دیگری.
- تفکر گروهی: یک گروه شدیداً متحدالفکر، به دلیل این پدیده، از حل مشکلات خود باز می ماند. مثل هم فکر می کنند و عقاید غیر مشابه را انکار می کنند.
- گروه بی زبان: سخن بیشتر بکار مردان می آید تا زنان. زنان به احساسات بیتشر توجه می کنند.

فرضیه های ارتباطات - ادامه

- پارادایم روایی: انسان، جاندار قصه پرداز است. بهتر است منطق روایی جایگزین منطق استدلالی شود. البته قصه مرتبط و راستین، قضاوت عادلانه را محقق می سازد.
- اطلاعات سازمانی: فعالیت عمده سازمانها، فرایند مفهوم سازی از اطلاعات دو پهلو است و هرچه بیشتر در کاهش ابهام از طریق اجرا، انتخاب و حفظ اطلاعات بکوشند، موفق تر خواهند بود.
- مجادله ارتباطی: زندگی ارتباطی همیشه در جریان است. مردم در ارتباط خود مداوما در کش و قوس آرزوهای متعارض هستند. همه می خواهند هم آزاد باشند هم پیوسته، باز باشند و بسته، نوآور باشند و قابل پیش بینی، این تعارضات مداوما وجود دارد زیرا انسان به همه آرزوهای متضاد نیازمند است.
- اقناع: سخنرانی که مایل است انگیزه ایجاد کند باید سه عامل در سخنان خود داشته باشد: منطق، احساس، و اخلاق. البته مستمع صاحب ذوق هم ضروری است.

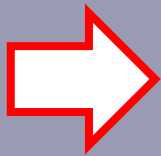
فرضیه های ارتباطات - ادامه

- تبادل اجتماعی: عامل مهم در ارتباط شخصی، رضایت طرفین از منافع شخصی آنان است. منفعت شخصی الزاما چیز بدی نیست و روابط را ارتقا می بخشد. به خصوص وقتی که از بابت هزینه خود، سهم عادلانه ای می برند.
- نفوذ اجتماعی: ارتباطات شخصی در مسیر قابل پیش بینی و تدریجی جلو می رود. خود گشایی؛ رابطه صوری و سطحی را به رابطه صمیمی ارتقا می بخشد، البته ممکن است یک نفر را آسیب پذیر سازد.
- مارپیچ سکوت: رسانه های جمعی که عقیده اکثریت را تبلیغ می کند، باورهای اقلیت در خصوص مسائل فرهنگی را به سکوت می کشانند و از راستی آزمایی عقیده اکثریت باز می دارند. افراد با عقاید مخالف اکثریت، از مبارزه با عقاید اکثریت ترس دارند.
- دیدگاه: مردم در سلسله مراتب اجتماعی، دیدگاه های خاص خودشان را دارند. به همین خاطر، افراد اوضاع اجتماعی را از منظر مزایای خاص هر طبقه می بینند. جالب آنکه افراد درجات پایین، شناخت بیشتری از طبقات بالا دارند. این فرضیه را گاه فرضیه دیدگاه زنانه می خوانند.

فرضیه های ارتباطات

- مطالعه مبتنی بر تعقل و تفکر: هر سازمان و گروه با ترتیبات/مقررات و منابع/ابتکارات خود، ساختار مشخص خاص خود را می سازد که به نوبه خود، نظام اجتماعی سازمان و گروه را ایجاد می کند.
- تعامل مظهري: انگیزه هر کس بر اساس مفهومی که از مردم، اشیا و وقایع دارد، منجر به کنش می شود. مفهوم در زبان ایجاد می شود و مردم هم هنگام مکالمه با دیگران و هم موقع فکر کردن، از زبان استفاده می کنند. به علاوه زبان موجب رشد و تعالی مردم از خود و هنگام تعامل با جامعه می شود.
- کاهش موارد مشکوک و غیر مطمئن: وقتی که دو غریبه با هم ملاقات می کنند، سعی در کاهش سطح موارد مشکوک و نامطمئن وضعیت دارند. نمی دانند چگونه عمل کنند، یا دیگری چطور عمل خواهد کرد؟ نمی دانند درباره دیگری چگونه فکر می کنند؟ یا دیگری چطور درباره آنها فکر می کند، موضوع هم فردی است و هم ارتباطی. بر اساس این فرضیه، مردم تلاش می کنند تا موارد مشکوک را کاهش دهند.
- کاربرد و رضایت: مردم هر یک از یک رسانه خاص استفاده می کنند. رسانه بر مردم اثر دارد، مردم هم بر رسانه تأثیر می گذارند.

ارتباط یکطرفه



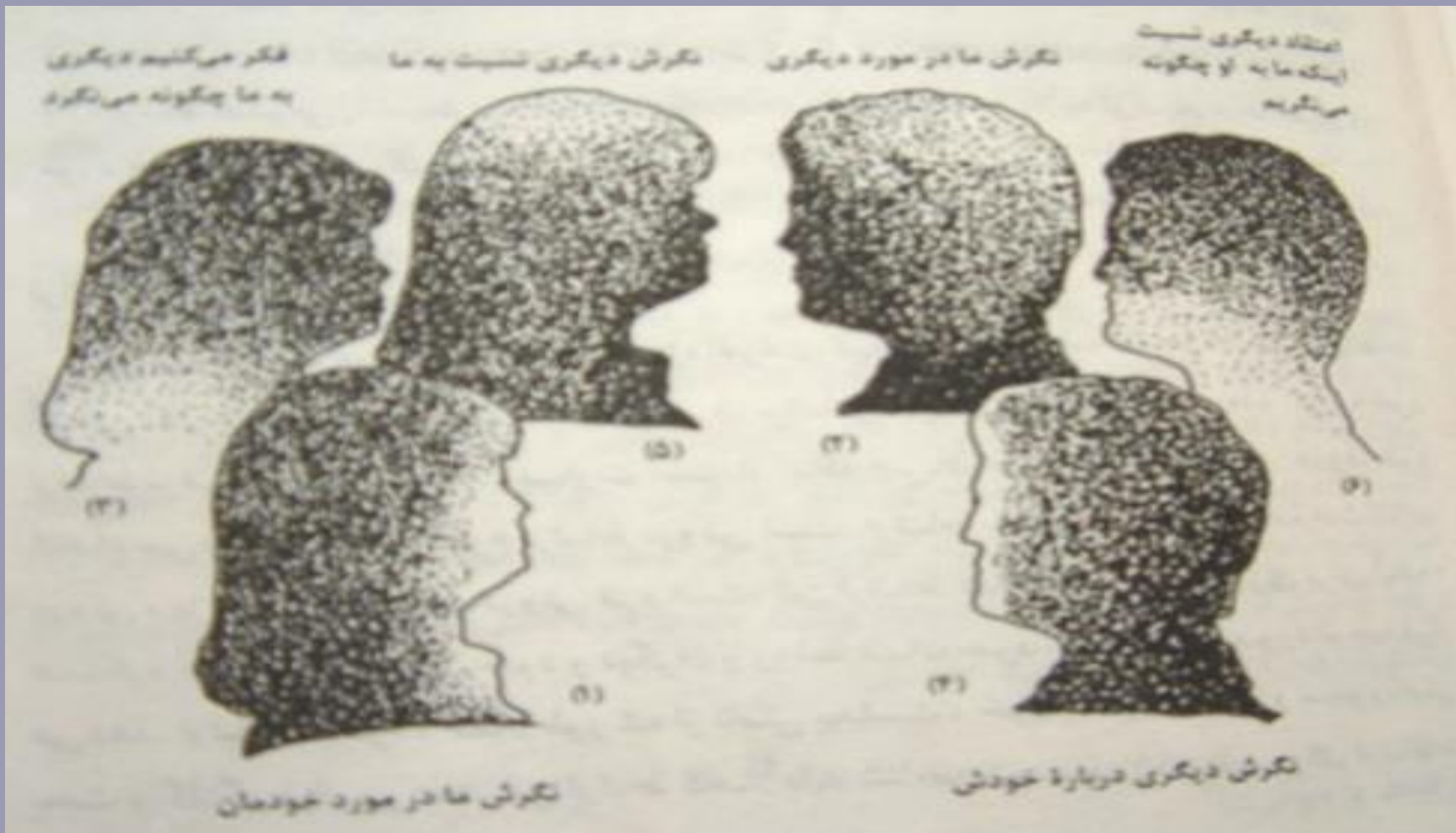
ارتباط متقابل



ارتباط متعامل



در پی ارتباط متعامل باشیم



پیش چشمی داشتنی شیشه کبود- زان سبب دنیا کبودت می نمود

ارتباط: ارادی و غیر ارادی

ارسال ارادی

ارسال غیر ارادی

دریافت ارادی

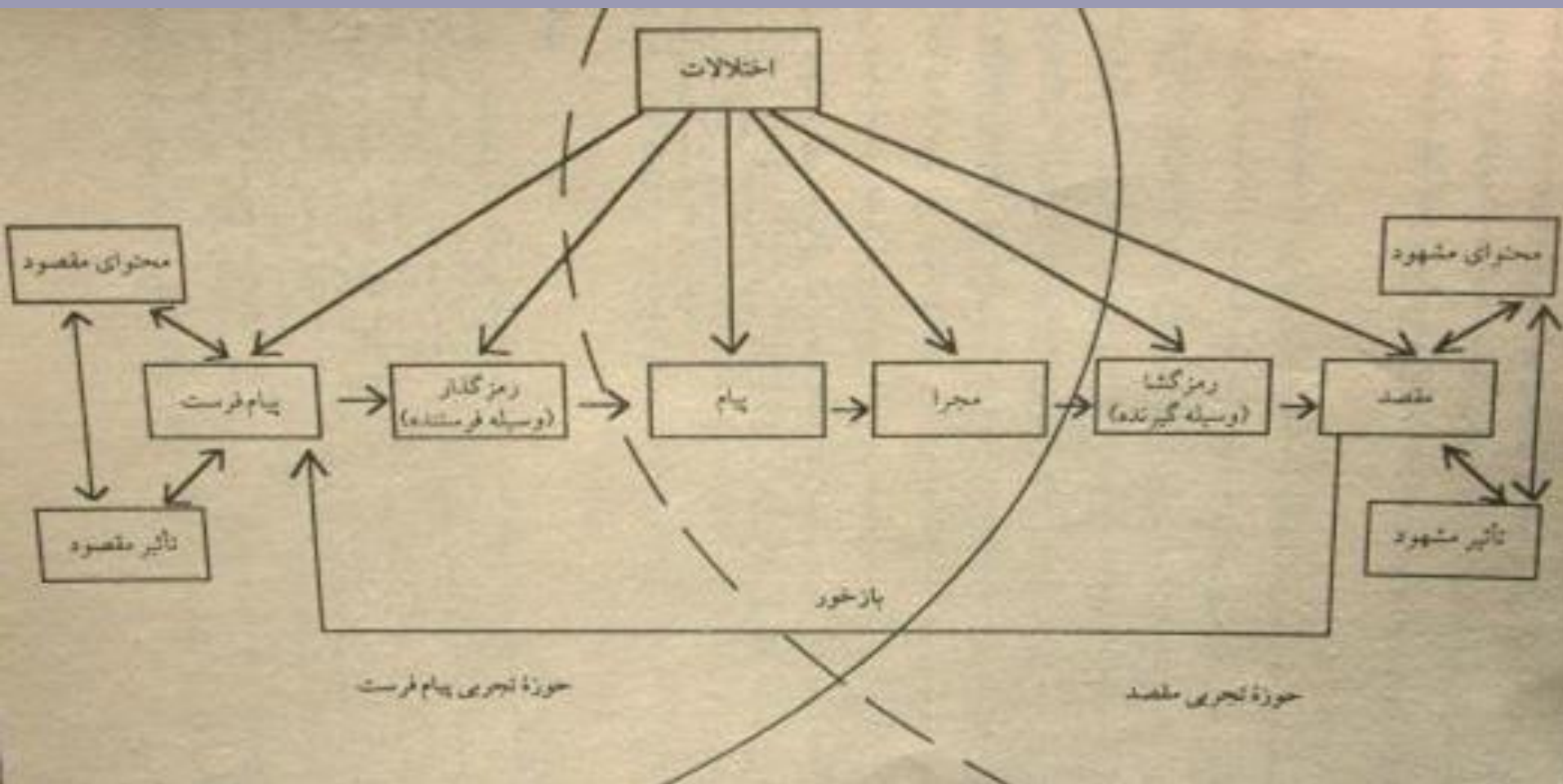
دریافت غیر ارادی

برخی به رفتار ارتباطی مناسب توجه نمی کنند

ارتباط مؤثر؟

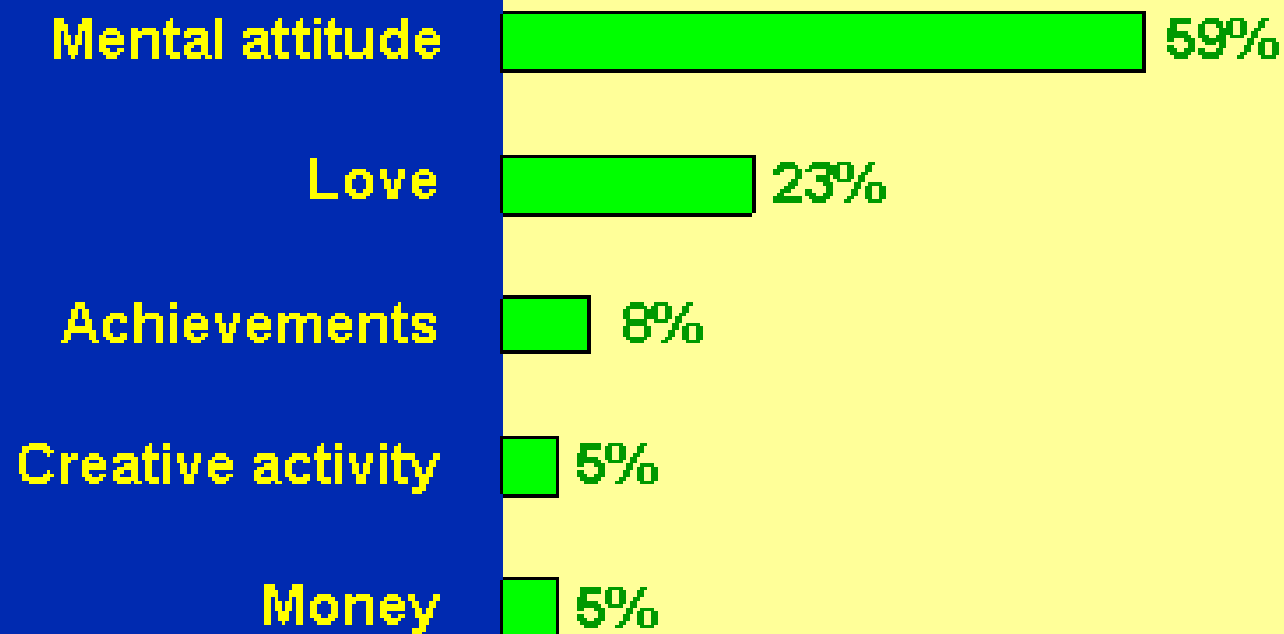
- ارتباطات مؤثر آن است که فرستنده بتواند منظور خود را به گیرنده پیام برساند.
- گیرنده علائم و حرکاتی نشان دهد که معنی مورد نظر فرستنده را دریافته است.
- نسبت معنی مورد نظر فرستنده به معنی مشهود گیرنده برابر با یک باشد.

هر قدر نسبت پیام ارسالی به مفهوم دریافتی، به عدد یک نزدیکتر باشد، ارتباط بهتر انجام گرفته است



مواظب اختلالات در پیام باشید!

What is the key to happiness?



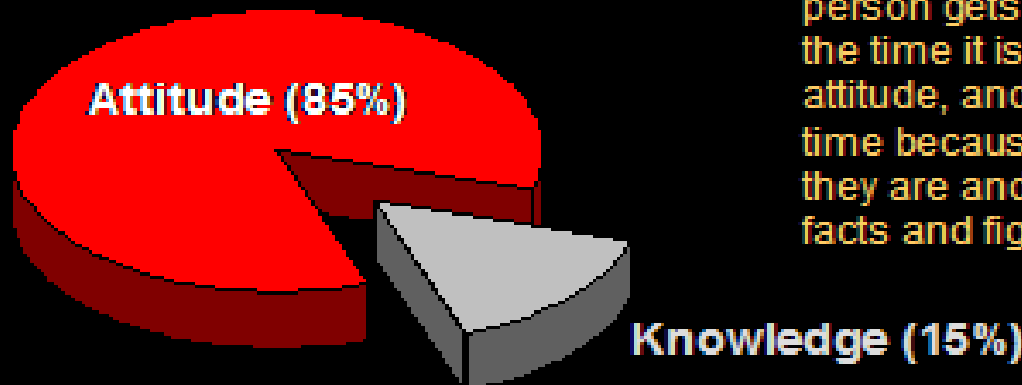
امروز زندگی و موفقیت مال شماست، پذیرا باشید



The Power of Attitude

"Just like a great building stands on a strong foundation, so does success. And the foundation of success is attitude."

SUCCESS COMPONENTS



A study by Harvard University found that when a person gets a job, 85% of the time it is because of their attitude, and only 15% of the time because of how smart they are and how many facts and figures they know.

"The greatest discovery of my generation is that human beings can alter their lives by altering their attitude."

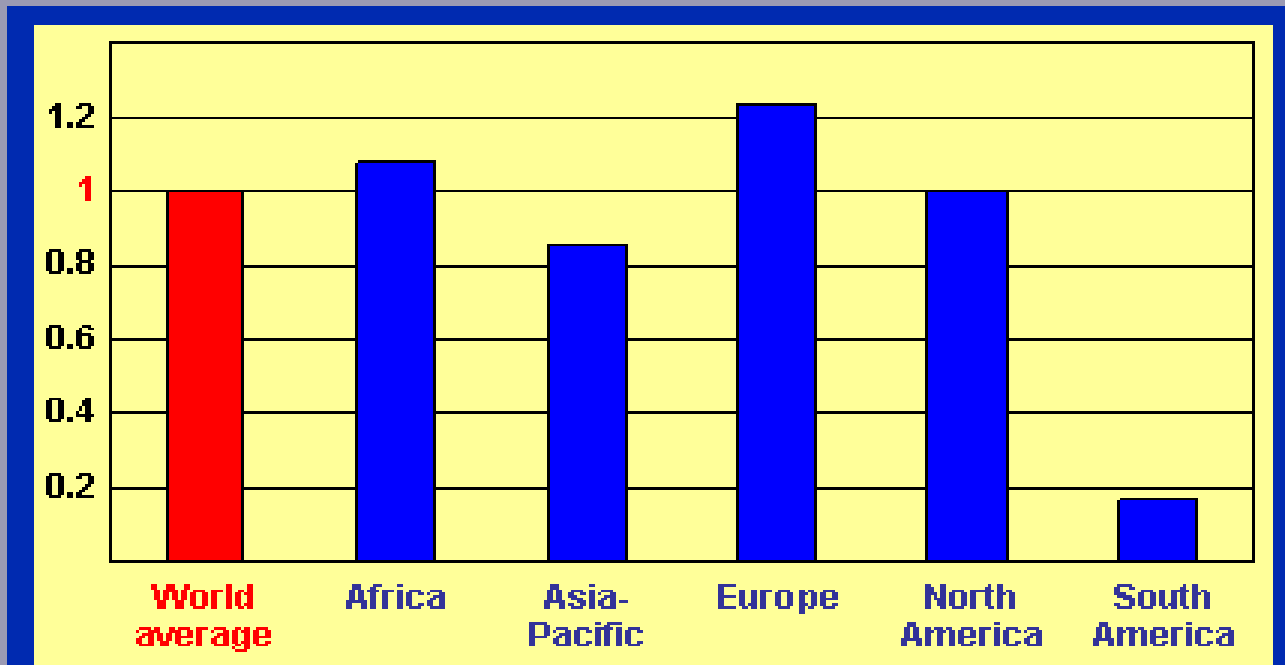
- William James of Harvard University

وقتی کاری می کنی با تمام وجودت انجام بده

افراد منفی و مثبت چگونه برخورد می کنند؟

- رسمی، مغرور، بد اخم و لجوج
- بسته، خوددار، و غلط،
- پر زرق و برق و حمایتگر،
- یکنواخت و بی حال،
- مبهم، پیچیده و بی تفاوت،
- نامطمئن، نگران و سراسیمه
- صمیمی، دوستانه، صادق و باز
- با هیجان، خلاق و علاقمند
- مطلع و قابل اعتماد
- منظم
- موثق
- الهام بخش.

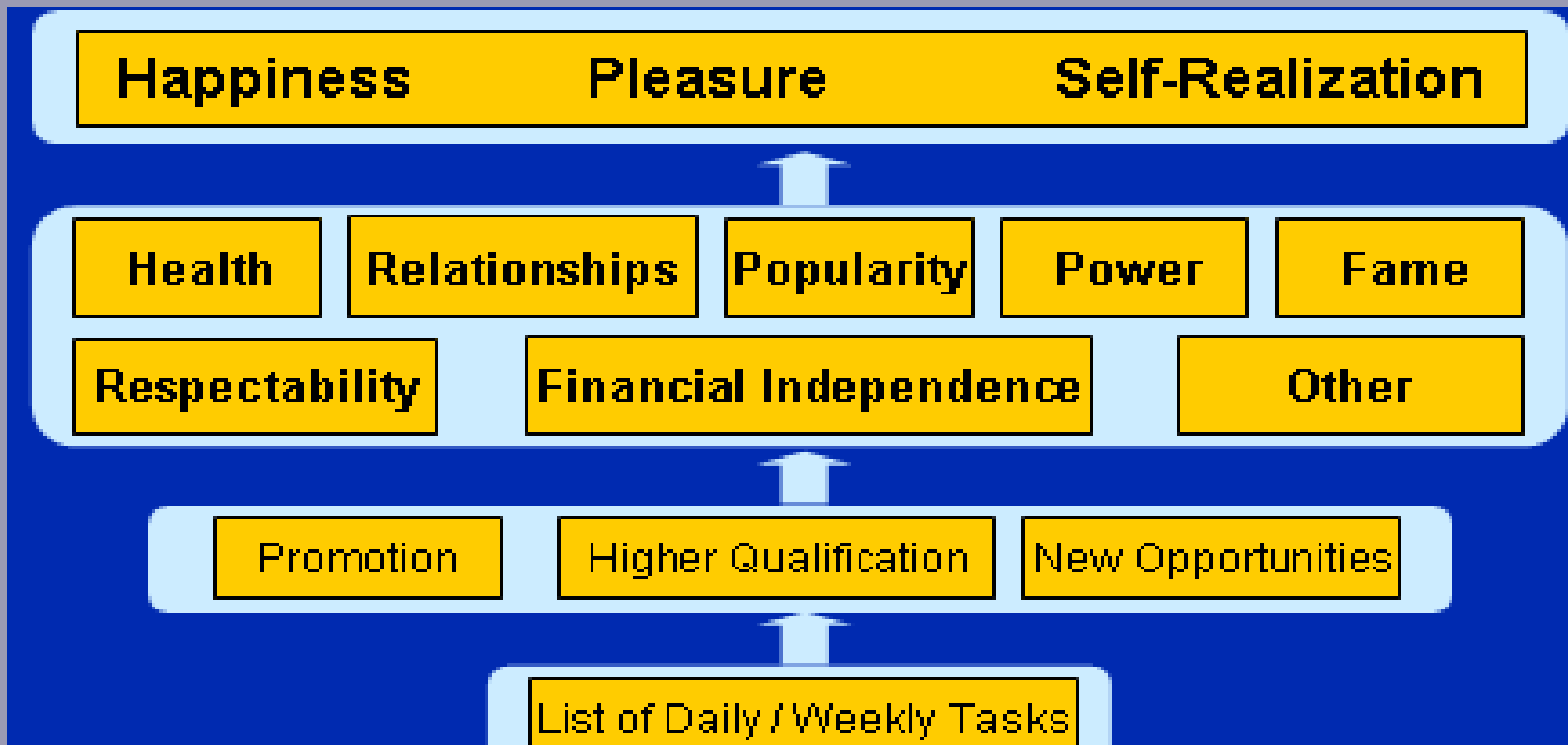
مثبت در میانه مجلس و منفی ها از جمع گریزان است



آشنایی با مؤلفه های فرهنگی دیگران اهمیت بسزایی دارد



بخند تا دنیا به تو لبخند بزند!



انسان بدون بینش و هدف، نمی تواند امور خود را انجام دهد چه رسد به امور دیگران!

فرآیند ارتباطات در سازمان

- ارتباطات رو به پایین: تعیین هدفها، سیاستها، طرح مسائل و بازخور، (بخشنامه)،
- ارتباطات رو به بالا: اعلام نتایج و پیشرفت کار، آگاهی، و بازخور احساسات،
- ارتباط افقی: بین اعضای گروه کاری و هم سطح، رسماً جایز نیست، اما... خوب یا بد!
- شبکه های رسمی: معمولاً عمودی هستند
- شبکه غیررسمی: شایعه سازان؛ عدم کنترل مدیریت، باور بیشتر، منافع گروه خاص
- شبکه زنجیره ای: رعایت سلسه مراتب،
- شبکه چرخی: ارتباط همه سازمانها منحصر با رئیس،
- شبکه همه جانبه: ارتباط همه اعضا و گروهها با هم.
-

تنها حدود ۱۰٪ از افراد شایعه می پراکنند!

ارتباطات اثربخش در سازمان های پیشرو

- مدیر باید به ارتباطات اهمیت بدهد: موفقیت سازمان در گرو ارتباطات اثربخش است.
- یکی بودن گفتار و کردار: پیام های رسمی و غیررسمی برابر باشد، زبان عمل.
- ارتباطات دوطرفه یک تعهد است: نصب تلویزیون مدار بسته، ترتیب اثر به شکایات.
- تأکید بر ارتباطات رو در رو: تسلیم پیام توسط مقامات اجرایی و استماع نظر آنان.
- مشارکت در مسئولیت به هنگام ارتباط: کسب اطلاعات و ارسال آن به مرئوسین.
- رسانیدن خبرهای ناگوار: سازمان مرتبط، از رسانیدن خبرهای ناگوار وحشت ندارد.
- پیام درخور شنونده باشد: توجه به تخصص ها و مسئولیت ها به هنگام تسلیم پیام.
- ارتباطات یک فرایند دائمی است.

تفسیر تغییرات به عهده خود افراد واگذارید

نحوه ارسال ساده و قدرتمند پیام در یک گروه

- چه پیامی دارید؟ (پیام)
- چه کسی باید آنرا برساند؟ (فرستنده)
- چه کسی باید دریافت کند؟ (گیرنده)
- چه ضرورتی برای ارسال پیام هست؟ (زمان)
- چگونه می خواهید پیام را ارسال نمایید؟ (نحوه ارسال)

تعقیب یک روش منظم برای توفیق یک پیام ضروری است

بررسی های آماری چه می گوید؟

- وقتی به لایه های پایینی یک سازمان می رسیم، اعتقاد کمتری نسبت به استراتژی سازمان وجود دارد.
- کارگران حاضر نیستند چشم بسته دستورات را اجرا کنند.
- مدیران باید تعهدات خود را به مرئوسین منتقل نمایند.
- مدیران باید بینش روشن و آشکار خود را به زیردستان تفهیم نمایند.

بینش روشن، پیام واضح زمان مناسب، ضامن توفیق است

همزبانی، همدردی و همدلی

- ای بسا دو ترک چون بیگانگان
- ای بسا هندو و ترک همزبان
- پس زبان همدلی خود دیگر است
- همدلی از همزبانی بهتر است

همدلی: با دیگری حس کردن و همدردی: برای دیگری احساس کردن

از توجه شما متشکرم

و السلام علیکم ورحمة الله و بركاته